

Digitalisering haster i livsstilsbranchen

Databaseret forretningsudvikling kan blive livsstilsbranchens næste vækstbølge. Men for nogle virksomheder vil det føles som en tsunami, der river fundamentet væk under dem. Digitalisering kan betyde både liv og død for små og mellemstore virksomheder, for det er ekstremt svært at overskue, hvad man skal satse på.

Konferencen "Digital Innovation i livstilsbranchen" sætter spot på, hvordan livstilsbranchen kan optimere og udvikle deres forretninger ved at udnytte data, digitale platforme og systemer og ikke mindst det stadig voksende Internet of Things. En bred og stærk vifte af talere vil udpege muligheder, som Internettet byder på, og med eksempler vise, hvordan en digitalisering af virksomheden kan skabe effektive processer og bedre service for kunderne.

Hvad gør vi når:

- *Indkøbskurven taler direkte med kasseapparatet*
- *Stregkoden fortæller den gode brandhistorie*
- *Kundeklubber og købsdata kan styre vores indkøb og lagerstyring*

"Livsstilsbranchens kunder er både nationalt og internationalt meget tidlige til at tage nye tendenser til sig. Derfor skal virksomhederne også være skarpe for at holde trit med den internationale konkurrence," siger Betina Simonsen, direktør for Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning og medlem af styregruppen på Service Platform.

Konferencen foregår i Aarhus d. 10. marts og hele dagen vil der være en lang række forslag til, hvordan livsstilsbranchen rustet sig til digitalisering.

Hvordan forløses digitalt potentiale?

Mange virksomheder aner ikke, hvordan de forløser deres digitale potentiale.

"Mange mindre virksomheder er prisgivet, for hvordan bruger de f.eks. bedst de mange vigtige dataspor, som kunderne efterlader sig?" spørger Betina Simonsen.

Hun sidder i styregruppen på Service Platform, som er medarrangør af konferencen, der skal hjælpe livsstilsbranchens virksomheder med at skabe overblik.

"Selv om det kan virke uklart, hvad man får ud af at investere i digitalisering, så ved vi, at det er et ekstremt vigtigt felt, som bevæger sig meget hurtigt. Handel på forskellige platforme sætter en ny, international dagsorden, og hvis danske virksomheder ikke er med, så løber udlandet med kunderne. Så barsk og enkelt er det," fastslår Betina Simonsen.

Internationale konkurrenter lokker kunder til sig

Eksperter vil på konferencen synliggøre, hvad man kan få ud af de mange købsdata, som opsamles i fysiske og virtuelle møbel- og tøjbutikker. De vil give eksempler på, hvordan Internettet bedst udnyttes til at bære brandkommunikation og salgsflow igennem hele virksomheden og alle kanaler, helt ud til kunden. Desuden vil en række livsstilsvirksomheder dele åbent ud af erfaringer og viden fra deres digitalisering:

- Leander fortæller om digitalisering af ordre flow
- DYRBERG/KERN løfter sløret for deres digitale retail-strategi

- Trendsales deler erfaringer om at få gamle dyder til at spille i en teknologisk hverdag
- En af topcheferne fra Super Group, ejer af bl.a. SuperDry, fortæller om resultaterne for deres internationale koncern med digitaliseringen af bl.a. salgskanaler
- Vertica fortæller om, hvordan bl.a. Trollbeads arbejder med at optimere websalg
- Preben Mejer vil på underholdende vis øse af overraskende eksempler på teknologiens nye muligheder indenfor alt lige fra Big Data til Wearables.

De mange indspark fra eksperter og virksomheder skal vise, hvordan købsdata kombineret med eksterne data om f.eks. køn, alder eller adfærd kan hjælpe med at målrette markedsføring eller udvikle nye services.

Og de mange konkrete eksempler skal bidrage til, at deltagerne på konferencen får en frisk forståelse af, hvordan det virtuelle netværk kan skabe ny reel vækst i deres forretning.

Træd ud på det digitale dansegulv

Fra Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning fortæller trendforsker og strategisk konsulent Anne Thomas om tendenserne inden for 'wearables'.

"At gribe digital teknologi handler ikke mindst om at gennemskue nye måder at opbygge partnerskaber på, og nye måder at udvikle forretningsmodeller omkring smarte services. Når det gælder wearables, kan det være en fin strategi at se tiden lidt an, men hvis man vil holde balkortet åbent, er det klogt at studere de andres dansetrin allerede nu," siger Anne Thomas, som i sit oplæg vil præsentere mulige strategier og komme med bud på, hvad virksomhederne især skal holde øje med for at kunne forberede sig til fremtiden.

Nærmere informationer fås hos Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning:

Direktør Betina Simonsen, telefon 29 36 00 90

Strategisk konsulent Anne Thomas, telefon 55 36 62 02

Konference – Digital innovation i livsstilsbranchen

Mode- og livsstilsbranchens virksomheder står overfor massive udfordringer omkring at adaptere ny teknologi og træffe vigtige strategiske valg af fremtidens afsætningskanaler.

Derfor inviterer FDIH, Service Platform og Dansk Mode & Textil til en konference for livsstilsbranchen, der fokuserer på digital salg, strategi og innovation.

Tid:

10. marts 2015 kl. 9.00 – 17.00

Sted:

Hermans, Tivoli Friheden, Skovbrynet 5, Aarhus

Læs programmet her: <http://www.fdi.dk/events/konferencer/2015/mar/digital-innovation-i-livsstilsbranchen/>

Læs mere om

Service Platform: www.serviceplatform.dk

Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning: www.innonetlifestyle.com